Deutscher Bundestag **Drucksache 15/3615**

15. Wahlperiode 19. 07. 2004

Antwort

der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dirk Fischer (Hamburg), Eduard Oswald, Dr. Klaus W. Lippold (Offenbach), weiterer Abgeordneter und der Fraktion der CDU/CSU
– Drucksache 15/3502 –

Verkehrssicherheitskampagne 2003

Vorbemerkung der Fragesteller

Im Haushalt 2003 des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW) wurden bei Kapitel 1202 Titel 686 07 Zuschüsse für Aufklärungs- und Erziehungsmaßnahmen zur Bekämpfung von Verkehrsunfällen in Höhe von 11,248 Mio. Euro bereitgestellt. Davon entfielen 6,134 Mio. Euro auf die Förderung einzelner Projekte des Deutschen Verkehrssicherheitsrats e. V. (DVR) und seiner Mitglieder sowie 5,114 Mio. Euro auf eigene Maßnahmen des BMVBW, u. a. zur Schaltung von Anzeigenkampagnen. Üblicherweise werden diese Anzeigenkampagnen vom BMVBW über Agenturen geschaltet. In diesem Fall erhält die Agentur von den Medien ca. 15 % der Auftragssumme. Davon stehen 2 % der Agentur unmittelbar als Provision zur Verfügung und 13 % werden an den Haushalt des BMVBW zurückgeführt.

1. Wie viel Geld wurde im Jahre 2003 insgesamt vom BMVBW für Verkehrssicherheitsanzeigen ausgegeben?

Im Jahr 2003 wurden rund 5,025 Mio. Euro für Verkehrssicherheitsanzeigen verausgabt.

2. Für welche konkreten Anzeigen wurden die Mittel verwendet?

Die Mittel wurden zur Buchung von Anzeigenplätzen für die neue Verkehrssicherheitskampagne des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (BMVBW) verwendet. Die Auflistung der entsprechenden Medien ist Bestandteil der Antwort zu der Frage 6.

Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministeriums für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen vom 16. Juli 2004 übermittelt.
Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.

3. In welcher Höhe hat das BMVBW Haushaltsmittel im IV. Quartal 2003 zulasten der o. g. Haushaltsstelle bis Kassenschluss als Ausgaben angeordnet?

Im IV. Quartal 2003 wurden Haushaltsmittel in Höhe von rund 7,813 Mio. Euro als Ausgaben angeordnet.

4. Welche dieser Ausgaben im IV. Quartal 2003 sind für Aufträge zur Schaltung von Anzeigen in den Medien mit welchem Auszahlungsbetrag getätigt worden?

Auf die Antwort zu der Frage 1 wird verwiesen.

5. Welche dieser Aufträge sind in diesem Zeitraum durch Agenturen geschaltet worden?

Keiner

6. Welche Aufträge sind in diesem Zeitraum in welcher Einzelauftragshöhe nicht über Agenturen geschaltet worden?

ADAC Motorwelt	217 939,54 Euro
Auto Bild	198 280,66 Euro
Auto Motor und Sport	186 432,93 Euro
Bild	1 345 728,49 Euro
Bild am Sonntag	275 031,26 Euro
Brigitte	104 471,92 Euro
Bunte	126 950,40 Euro
Capital	57 072,00 Euro
Eltern	64 570,24 Euro
Focus	81 849,60 Euro
Frankfurter Allgemeine Zeitung	277 379,94 Euro
Handelsblatt	299 740,67 Euro
Hörzu	94 718,18 Euro
Leipziger Volkszeitung	163 722,03 Euro
Manager Magazin	42 971,04 Euro
Mobil + Sicher	12 098,15 Euro
Der Spiegel	304 344,10 Euro
Stern	210 726,34 Euro
Süddeutsche Zeitung	436 894,23 Euro
TV Movie	111 760,45 Euro
TV Spielfilm	104 094,50 Euro
Die Welt	160 399,43 Euro
Wirtschaftswoche	45 581,05 Euro
Die Zeit	102 236,99 Euro

7. Warum wurden diese Aufträge nicht über Agenturen geschaltet?

Um die Haushaltsmittel aus 2003 im Rahmen der neuen Verkehrssicherheitskampagne, die zum damaligen Zeitpunkt im Frühjahr 2004 starten sollte, verwenden zu können, und um bereits beim Start der Kampagne eine hohe Aufmerksamkeit durch entsprechende Präsenz in reichweitenstarken und themenrelevanten Medien sicherstellen zu können, wurde die Media-Schaltung für den Kampagnen-Auftakt bereits im Jahr 2003 gebucht. Die knappe Zeit bis zum Kassenschluss 2003 erlaubte keine Gesamtvergabe des Schaltvolumens über eine Agentur, da dies aufgrund der Höhe des Vergabevolumens eine europaweite Bekanntmachung und die Einhaltung entsprechender Fristen erfordert hätte.

8. Hat das BMVBW bei der Direktvergabe der Anzeigen an die Medien die marktübliche Rückerstattung geltend gemacht, und wenn nein, warum nicht?

Eine Rückerstattung ist nicht marktüblich. Gleichwohl erhielt das BMVBW den üblichen Rabatt der Bundesregierung (je nach Medium bis zu 20 Prozent).

9. In welcher Höhe hat das BMVBW bei Vergaben im IV. Quartal 2003 auf Provisionsrückerstattungen verzichtet und warum wurde darauf verzichtet?

Auf die Antwort zu der Frage 8 wird verwiesen.

10. Wie viele dieser im IV. Quartal 2003 in Auftrag gegebenen Anzeigen sind bis April 2004 erschienen und wie viele dieser Anzeigen sind nach April 2004 erschienen?

Da die Anzeigen zur Vermittlung der neuen Verkehrssicherheitskampagne des BMVBW verwendet werden sollen, wird die Schaltung nach dem Start der Kampagne (16. Juli 2004) beginnen.

11. Sind im IV. Quartal 2003 in Auftrag gegebene Anzeigen bisher noch nicht erschienen und ggf. um welches Kostenvolumen handelt es sich hierbei?

Auf die Antwort zu den Fragen 10 und 1 wird verwiesen.

12. An welche konkreten Medien wurden die unter Frage 11 erwähnten Anzeigen vergeben?

Auf die Antwort zu der Frage 6 wird verwiesen.



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333